

Green Marketing

Développer et promouvoir une offre verte

4 formations associées

les 15-16 avril 2010
Développement durable
et communication

Benchmark Group,
Boulogne Billancourt

les 19-20 mai 2010
Marketing durable

Benchmark Group,
Boulogne Billancourt

le 26 mai 2010
Les enjeux du développement
durable

Benchmark Group,
Boulogne Billancourt

les 31 mai et 1^{er} juin 2010
Mettre en place une démarche
de développement durable

Benchmark Group,
Boulogne Billancourt

Avec le concours de :



conseil en développement durable
et marketing éthique



Programme du Forum

8 h 30 Accueil / Café

9 h 00 **L'économie verte : les enjeux, les horizons**

Quels sont les scénarios climatiques et leur impact probable pour l'économie ? Quelles nouvelles obligations vont s'imposer aux entreprises et à quel horizon ? Quelles sont les taxations qui changent la donne ? Quels sont les marchés les plus porteurs actuellement ? Comment l'économie verte devrait-elle se diffuser à l'ensemble des secteurs d'activité ?

Par Philippe Jurgensen, **Professeur d'économie** et auteur de *L'Economie verte*

9 h 30 **La consommation responsable et le marketing vert**

Dans quelle mesure les consommateurs intègrent-ils les enjeux du développement durable dans leur processus de consommation ? Quelles sont les évolutions depuis quatre ans ? Quels sont les nouveaux modes de consommation qui émergent ? Comment évolue l'opinion des Français sur les initiatives des marques en matière de marketing vert ? Quelles sont leurs attentes vis à vis des entreprises ?

Présentation de l'étude d'**Ethicity** sur les Français et la consommation responsable
Par Elizabeth Pastore-Reiss, Directrice d'**Ethicity**

10 h 00 **Eco-conception : développer une offre verte**

Quelles sont les spécificités d'un plan marketing pour ce type d'offres ? Dans quelles conditions est-il préférable de créer une nouvelle marque ? Comment gérer la montée en puissance et la démocratisation de son offre et de sa marque ? Comment parvenir à concilier mass market et green marketing ? Comment intégrer les parties prenantes à sa stratégie de développement, à sa production d'offres vertes ?

Avec Françoise Riera-Dabo (**Funny Bee**), Laure Mandaron (**La Poste**), Mathias Ringard (**Pilot**) et Sébastien Kopp (**Veja**)
Table ronde animée par Stéphane Loire, **Benchmark Group**

11 h 00 Pause / Café

11 h 30 **Les marques et le green marketing**

Quelle place les arguments environnementaux ont-ils pris au cours des dernières années dans la communication des marques ? Quelles règles déontologiques ont été mises en place et comment sont-elles appliquées ? Quelles stratégies de communication demain pour les marques qui voudront jouer sur le registre de l'environnement ?

Par Olivier Bailloux, Directeur du Planning Stratégique, **Publicis Dialog / Publicis**

Modem



4 mai 2010
Pré Catelan, Paris (Bois de Boulogne)

12 h 15 **Développement durable et stratégie de marque**

Comment le développement durable peut-il nourrir la stratégie marketing ? Comment bien communiquer sur ses actions en faveur de l'environnement, sa responsabilité sociétale ? Comment la force d'une marque peut-elle servir habilement un engagement ? Quelles sont les possibilités de co-branding avec les associations environnementales ?

Avec Patricia Cortijo (**Accor Hotels**), Elizabeth Pastore-Reiss (**Ethicity**), Arnaud Leblin (**Lacoste**) et Jérôme Dupuis (**WWF**)
Table ronde animée par Gilles Blanc, **Benchmark Group**

13 h 00 Déjeuner

14 h 30 **Ecouter et dialoguer avec les leaders d'opinion**

Quels sont les acteurs qui stimulent la communication verte responsable ? Comment le Web donne-t-il de la résonance à la prise de parole des leaders d'opinion, des associations environnementales ? Comment instaurer un dialogue constructif avec ces parties prenantes et défendre ses engagements, ses produits ?

Par Christophe Mangalite, Fondateur d'**Apidae**

14 h 45 **Communiquer sur les qualités écologiques de ses produits**

Comment mettre en place des dispositifs de communication cohérents avec la dimension écologique du produit ? Quels sont les messages efficaces ?

Comment sensibiliser les consommateurs les plus sceptiques ou réfractaires sans froisser les plus engagés ?

Avec Daniel Broche (**Discounteo**), Alice de Brauer (**Renault**) et Anne-Valérie Laplanche (**Tetra Pak**)

Table ronde animée par Alain Steinmann, **Journal du Net**

15 h 45 Pause / Café

16 h 15 **Les Français et l'habitat écologique**

Par Gilles Blanc, Responsable de l'observatoire des tendances de consommation de **Benchmark Group**

16 h 30 **L'habitat écologique : les défis marketing**

Les produits utilisant les énergies durables ou moins énergivores ciblent des consommateurs soucieux de réduire l'empreinte de leur consommation sur l'environnement. Mais ils intéressent aussi des consommateurs sensibles aux incitations fiscales ou aides publiques... Comment parvenir à concilier ces deux approches dans sa démarche marketing ? D'autre part, comment accompagner les consommateurs dans leur démarche de consommation écologique ? Comment simplifier des argumentaires sur des sujets complexes ?

Avec Jean-Baptiste Sarlat (**BPCE**), Pierre Royer (**Castorama**), Esra Tat (**Logiconfor**), Frédérique Monichon (**Nexity Logement**) et Vincent Rotger (**Whirlpool**)

Table ronde animée par Jérôme Mordon, **L'Internaute Magazine**





Formations

9h00-17h30 à Boulogne-Billancourt (92)

Les 15-16 avril 2010

Développement durable et communication



Cette formation est animée par **Jean-Jacques Fasquel**. Il est le fondateur de JJ & DD, société de conseil spécialisée dans la communication et le développement durable.

1. Le développement durable

- Définitions et principes
- Le développement durable dans l'entreprise

2. Mesurer et limiter ses impacts, la boîte à outils

3. La communication responsable

- Règles et principes
- Focus sur l'Eco-édition
- Focus sur Internet
- Focus sur l'événement responsable

4. La communication sur le développement durable

5. La communication par l'action

Les 19-20 mai 2010

Marketing durable



Cette formation est animée par **Christophe Mangalte**. Il est le fondateur d'Apidae, société de conseil en marketing et innovations durables.

1. Pourquoi évoluer vers le marketing durable ?

2. De nouvelles attentes à satisfaire, des opportunités à saisir

- Eclairage sur les comportements d'achat
- Les freins au changement et les écueils à éviter
- Les stratégies de positionnement de la marque

3. Comment développer une offre responsable

- Repenser l'offre produit avec l'éco-conception
- Co-produire avec ses parties prenantes

4. Communiquer et promouvoir son offre avec cohérence

- Tenir ses promesses et le prouver
- Les clés de succès d'une communication responsable

Le 26 mai 2010

Les enjeux du développement durable



Cette formation est animée par **Alejandra Sanchez**, Greensalto, consultante en Responsabilité Sociétale des Entreprises.

1. Les enjeux et les principes du développement durable

- Les grandes dates et acteurs ayant marqué cette évolution
- Les enjeux planétaires auxquels cette notion tente de répondre

2. Les (nouvelles) réglementations, normes et labels

3. Impacts pour les organisations et les personnes

4. Le développement durable dans l'entreprise

- La Responsabilité Sociale/Sociétale des Entreprises
- Définir une vision de son développement futur
- Mettre en œuvre et appliquer les principes du développement durable

Les 31 mai et 1^{er} juin 2010

Mettre en place une démarche de développement durable



Cette formation est animée par **Alejandra Sanchez**, Greensalto, consultante en Responsabilité Sociétale des Entreprises.

1. Recueil des attentes des participants

2. Rappel des enjeux clés et des principes du développement durable

3. Présentation d'une démarche de développement durable type

4. Les différentes étapes

- Poser les bases
- Mettre en mouvement les acteurs de l'entreprise
- Maintenir la dynamique sur la durée

5. Entraînement

6. Elaboration d'un plan d'action pour chaque participant

Inscription

Cocher le/les événements choisi(s)

- Forum Green Marketing** 890 euros HT (1 064,44 euros TTC)
Le 4 mai 2010
- Formation Développement durable et communication** 1 490 euros HT (1 782,04 euros TTC)
Les 15-16 avril 2010
- Formation Marketing durable** 1 490 euros HT (1 782,04 euros TTC)
Les 19-20 mai 2010
- Formation Les enjeux du développement durable** 890 euros HT (1 064,44 euros TTC)
Le 26 mai 2010
- Formation Démarche de développement durable** 1 490 euros HT (1 782,04 euros TTC)
Les 31 mai et 1er juin 2010

Le nombre de places étant limité, nous vous conseillons de vous inscrire le plus tôt possible. Toutes nos formations sont éligibles au titre du DIF (Droit Individuel à la Formation). *Réduction de 15 % pour toute personne supplémentaire de la même société.*

Nom / Prénom

Fonction

Société

Adresse

Code Postal

Ville

Pays

Secteur d'activité

Téléphone

Fax

E-mail

Nom du responsable formation

N° de TVA intracommunautaire

Mode de règlement

- Je souhaite recevoir une facture
- Chèque à l'ordre de **Benchmark Group**

Carte Bancaire : paiement sécurisé sur www.benchmark.fr

Organisme agréé au titre de la formation professionnelle - Numéro d'agrément : 11920933692. Les prix indiqués par participant comprennent la formation, les pauses-café, les déjeuners et les documents pédagogiques. Dès réception de votre inscription, une facture tenant lieu de convention de formation simplifiée vous sera adressée. Une annulation intervenant plus de deux semaines avant le début de la formation ne donne lieu à aucune facturation. Une annulation intervenant entre une et deux semaines avant le début de la formation donne lieu à une facturation égale à 50 % du montant global. Une annulation intervenant moins d'une semaine avant le début de la formation donne lieu à une facturation du montant intégral. Dans ce cas, le participant peut se faire remplacer par une personne appartenant à la même entreprise. Conformément à l'article 27 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978, vous avez un droit d'accès aux données vous concernant. Sauf opposition de votre part, vos coordonnées pourront être cédées à des sociétés extérieures.

Coupon à retourner accompagné de votre règlement à : Benchmark Group
Service Evénements, 69-71 avenue Pierre Grenier - 92517 Boulogne-Billancourt Cedex
Fax : 01 47 79 50 01 / Tél. : 01 47 79 50 38 / e-mail : evenements@benchmark.fr

Inscription en ligne : www.benchmark.fr/forum/greenmarketing/

Développer et promouvoir une offre verte



Par Stéphane Loire
Benchmark Group

La contrainte environnementale s'accroît fortement sur les acteurs économiques : le cadre réglementaire et fiscal se durcit, les ressources en matières premières se raréfient ; le discours écologique trouve désormais un large écho dans l'opinion. Dans leurs pratiques d'achat et leurs choix, les individus intègrent ainsi de plus en

plus la dimension environnementale par engagement ou en raison d'arbitrages économiques favorables aux produits permettant de réduire l'empreinte écologique de leur consommation. Tout cela concourt à créer une très forte dynamique d'innovation autour de l'économie verte.

Quelles sont les perspectives à moyen terme pour l'économie verte, les segments les plus porteurs ? Où en est-on en matière d'eco-consommation ? Comment développer et promouvoir une offre verte ? Quelles règles déontologiques ont été mises en place en matière de green marketing et comment sont-elles appliquées ? Comment ne pas participer au green washing ? Quelles conditions doit réunir un produit vert pour être crédible aux yeux des consommateurs ? Comment sensibiliser les consommateurs les plus sceptiques ou réfractaires sans froisser les plus engagés ? Comment les accompagner dans leur démarche de consommation écologique ? Comment intégrer les associations de protection de l'environnement à sa démarche marketing ?

Pour répondre à ces questions, Benchmark Group réunit experts, marques et distributeurs lors de ce nouveau forum "Green Marketing". Cette journée s'adresse aux dirigeants qui souhaitent mieux positionner leur entreprise sur ces nouveaux marchés de l'économie verte et aux professionnels du marketing qui cherchent à adapter leurs pratiques et leurs stratégies.

Les intervenants du Forum Benchmark

Patricia Cortijo, **Accor Hotels**
Christophe Mangalte, **Apidae**
Jean-Baptiste Sarlat, **BPCE**
Pierre Royer, **Castorama**
Daniel Broche, **Discounteo**
Elizabeth Pastore-Reiss, **Ethicity**
Françoise Riera-Dabo, **Funny Bee**
Arnaud Leblin, **Lacoste**
Laure Mandaron, **La Poste**
Esra Tat, **Logiconfor**
Frédérique Monichon, **Nexity Logement**
Mathias Ringiard, **Pilot**
Philippe Jurgensen, **Professeur d'économie**
Olivier Bailloux, **Publicis Dialog / Publicis Modem**
Alice de Brauer, **Renault**
Anne-Valérie Laplanche, **Tetra Pak**
Sébastien Kopp, **Veja**
Vincent Rotger, **Whirlpool**
Jérôme Dupuis, **WWF**



Pour plus d'infos
www.pefc.org